



NOMBRE DEL ALUMNO:

Christian Alexis Santiago Gonzalez

NOMBRE DEL DOCENTE:

Sissy Alexandra Yañez Pinto

MATERIA:

Accion Promocional

NOMBRE DEL TRABAJO:

Infografia

GRADO Y GRUPO:

6° B

FECHA:

20/05/2025

ACCION PROMOCIONAL

¿Qué es la promoción?



La promoción es una herramienta que las empresas usan para dar a conocer sus productos o servicios, llamar la atención de los consumidores, motivarlos a comprar y, sobre todo, aumentar las ventas. Es como una especie de empujón que se le da al cliente para que se decida a comprar algo o para que conozca una marca.

La promoción abarca diferentes estrategias como descuentos, regalos, concursos y mucho más.



¿Cuáles son sus objetivos principales?

Los principales objetivos de la promoción son:

- ✓ Aumentar las ventas a corto plazo
- ✓ Atraer nuevos clientes y fidelizar a los actuales
- ✓ Dar a conocer un producto nuevo o poco popular
- ✓ Mover inventario lento o excedente
- ✓ Estimular la prueba de un producto o servicio
- ✓ Fortalecer la imagen de marca y su posicionamiento en el mercado.



¿Cuándo conviene usar la promoción de ventas?

Existen varias situaciones donde el uso de promociones es muy eficaz, por ejemplo:

- ◆ Lanzamiento de un nuevo producto: para que los clientes lo prueben sin miedo.
- ◆ Temporadas bajas de ventas: para reactivar la demanda.
- ◆ Competencia agresiva: cuando otras marcas están captando a tus clientes.
- ◆ Inventario acumulado: cuando hay mucho stock y se necesita liberar espacio.
- ◆ Eventos especiales: como aniversarios, ferias, festividades o días festivos (Navidad, Día de la Madre, etc.).



¿Cuáles son las principales actividades promocionales?

🎯 Ofertas:

Son descuentos o rebajas temporales que hacen más atractivo el precio del producto. Pueden ser porcentajes de descuento ("25% de descuento"), promociones tipo "2x1" o "compra uno y llévate otro gratis". El objetivo es incentivar la compra rápida y en volumen.

🎁 Premios o regalos:

Consiste en dar un artículo adicional o complementario al realizar una compra. Por ejemplo, "compra una laptop y llévate un mouse de regalo". Esto le da más valor a la compra sin aumentar su precio.

🎟 Rifas o sorteos:

Aquí se invita al cliente a participar en un concurso donde puede ganar algo atractivo (dinero, viajes, productos, etc.). Generalmente, se requiere una compra previa para participar. Esto genera emociones positivas y expectativa, lo que puede aumentar la participación del público.

🥄 Muestras:

Son pequeñas porciones gratuitas de un producto que se entregan para que el cliente lo pruebe. Es muy común en productos nuevos o de consumo como alimentos, cosméticos o perfumes. Sirven para romper la barrera del desconocimiento y generar confianza.

